

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. dan Francis Tantri. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. PT Raja grafindo Persada.
- Aisyah, S. (2020). Dampak Pandemi COVID-19 Bagi UMKM Serta Strategi E-Marketing UMKM di Indonesia. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 3–9.
- Amijaya, Sita Yuliasuti, Tutun Seliari and Kristian Oentoro. (2020). *Pengembangan Strategi Pemasaran Dan Promosi Produk Ukm Di Tengah Pandemi Covid-19*. Proceeding Senadimas Undiksha 2020, 356-368. ISBN 978-623-7482-47-5.
- Andrews, Kenneth R. (2005). *The concept of corporate strategy*. New York: oxford university press.
- Anoraga, Pandji. (2011). *Pengantar Bisnis Pengelolaan Bisnis Dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arianto, B. (2020). *Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19*. 6(2), 233–247.
- Assauri, Sofjan. (2014). *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 168- 169
- Aulia, Muhammad. (2020). Kemenkop UKM Temukan 37.000 Pelaku UMKM Terdampak Corona. <https://www.inews.id/apps>
<https://www.inews.id/finance/makro/kemenkop-ukm-temukan-37000-pelaku-umkm-terdampak-corona>. Diakses pada tanggal 1 Desember 2020.
- Basu Swastha DH. (2009). *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- BPS. (2020). STATISTIK Pertumbuhan Ekonomi. *Berita Resmi Statistik*, No. 15/02/(15), 1–12.
- Brown, R. D. dan G. J. Petrello. (1976). *Introduction to Business, An Integration Approach*. Beverly Hills:Glen Coe Press.
- Budiarta, Kustoro. (2009). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Dafid, Fred R. (2006). *Manajemen Strategis*. Edisi Sepuluh. Jakarta: Salemba Empat.
- David, Fred R, (2011). *Strategic Management*, Buku 1. Edisi 12 Jakarta: Salemba Empat.
- F, Yamali and Putri R. (2020). *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Ekonomi Indonesia*. *Ekonomis: Journal of Economics and Business* (2020) 4(2) 384-388. ISSN: 2597-8829.
- Fadly, H. D., & Sutarna. (2020). *Membangun pemasaran online dan digital branding ditengah pandemi covid-19*. *Jurnal Ecoment*

Global : Kajian Bisnis Dan Management, 5, 213–222.

- Fuciu, M. (2020). Effects of the SARS-COV-2 Pandemic on the Marketing and the Consumption Activity. *Land Forces Academy Review*, 25(4), 347–355. <https://doi.org/10.2478/raft-2020-0042>.
- Gheorghiu, Gabriela and Elena Cerasela Spătariu. (2020). Effects of the COVID-19 Pandemic on the European Business Environment – Romania Case Study. “Ovidius” University Annals, Economic Sciences Series Volume XX, Issue 2 /2020.
- Ginting, Nembah F. Hartimbul. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Yrama Widya.
- Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Harmaizar. (2003). *Menangkap Peluang Usaha*, Bekasi: CV Dian Anugerah Prakasa, hlm 14.
- Harsono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan: Untuk Pemula*. Sukoharjo: CV. Jasmine
- Hartimbul Ginting, Nembah F. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Yrama Widya.
- IMF. (2016). World Economic Outlook Update. *Imf*, 2, 6
- KBBI. (2021). Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). <https://kbbi.kemdikbud.go.id/> . Diakses pada tanggal 22 Januari 2021.
- Maulida, Sri and Ahmad Yunani . (2017). Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai Aspek Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 181–197.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Moloeng, Lexy. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyasa. 2014. *Pengembangan dan Implementasi Kurikulum 2013*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Narto, Narto and Gatot Basuki HM. 2020. *Penguatan Strategi Pemasaran Puduk Di Tengah Pandemi Covid-19 Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil Menengah Kota Gresik ”*. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya* 6 (1), 48-54. <https://doi.org/10.30656/intech.v6i1.2195>.

- Naufalin, L. R. (2020). *Tantangan pengembangan usaha mikro kecil menengah (umkm) di kabupaten banyumas*. Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi (JEBA), 22(1), 95–102.
- OECD. (2020). *Covid-19: SME Policy Responses*. *Oecd 2020, March*, 1–55. https://oecd.dam-broadcast.com/pm_7379_119_119680-di6h3qgi4x.pdf
- Prawiradilaga. (2009). *Prinsip Desain Pembelajaran*, Jakarta : KENCANA, 2009, hlm 15
- Rosyada, Mohammad, and Anah Wigiawati. *Strategi Survival Umkm Batik Tulis Pekalongan Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada “Batik Pesisir” Pekalongan)*. Banco: Jurnal Manajemen dan Perbankan Syariah 2.2 (2020): 69-93.
- Satuan Tugas Penanganan COVID-19. (2020). Data Sebaran. <https://covid19.go.id/>. Diakses pada tanggal 31 Maret 2021.
- Setyawan, Purnomo. (2007). *Menumbuhkan Kebiasaan Menyusun Laporan Keuangan pada Usaha Kecil dan Menengah*. Jurnal bisnis dan Usahawan, II No.7 : 181 – 184.
- Soedjadi. 2000. *Kiat Pendidikan Matematika Indonesia*. (Jakarta: Dep.Pendidikan Matematika)
- Stanton, William J. (2012). *Prinsip pemasaran*, alih bahasa : Yohanes Lamarto, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukiman. (2012). *Pengembangan Media Pembelajaran*, Yogyakarta: PT. Pustaka Insan
- Sunaryo, Arie. (2020). 70 Persen UMKM di Solo Terdampak Covid-19. <https://www.merdeka.com/uang/70-persen-umkm-di-solo-terdampak-covid-19.html>. Diakses pada tanggal 1 Desember 2020.
- Susilawati, S., Falefi, R., & Purwoko, A. (2020). *Impact of COVID-19's Pandemic on the Economy of Indonesia*. Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences, 3(2), 1147–1156. <https://doi.org/10.33258/birci.v3i2.954>
- Sutama. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan*. Sukoharjo: CV. Jasmine
- Sutrisno, E. (2020). Strategi Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Melalui Sektor Umkm Dan Pariwisata. *Jurnal Kajian Lembaga Ketahanan Nasional Republik Indonesia*, 09(November), 87–

96.

Thaha, Abdurrahman Firdaus. (2020). *Dampak Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia*. Jurnal Brand, Volume 2 No. 1, Juni 2020. e-ISSN : 2715-4920.

Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

UU No. 20 Tahun 2008. (2008). UU No. 20 Tahun 2008. *UU No. 20 Tahun 2008, 1*, 1–31.